

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian yang digunakan ialah penelitian dengan metode atau pendekatan melalui penelitian survai (*survey research*) yang digunakan untuk mengumpulkan informasi berbentuk opini dari sejumlah besar orang terhadap topik atau isu tertentu. Pada dasarnya yang ingin dicari peneliti adalah bagaimana anggota dari suatu populasi tersebar dalam satu atau lebih variabel seperti usia, etnis, jenis kelamin, agama dan lain-lain.¹ Dengan kata lain, untuk mencari penyebab atau alasan adanya perbedaan perilaku atau status kelompok dan individual.² Pada penelitian survai menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam melakukan penelitian.

B. Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang berdasarkan pada data yang dapat dihitung berupa angka untuk menghasilkan suatu penafsiran isi rencana analisis data yang telah dirumuskan dan data yang sudah siap diolah.³ Dan penelitian ini berupa data kuantitatif didapat langsung dari pengisian kuesioner sebagai instrumen penelitian.

2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yakni data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian oleh pihak berkepentingan dan diperoleh dari

¹ I' Anatut Thoifah, "Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif", hlm 160.

² Muhajirin dan Maya Panorama, "Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif", hlm 134.

³ Etta Mamang Sangadji, "Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian", hlm 288-289.

perhitungan atau pengukuran secara langsung.⁴ Data primer penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang ditujukan untuk Nasabah atau anggota Bank Sampah Kota Prabumulih untuk mengetahui berupa tanggapan responden seperti berisi pendapat, pandangan maupun penilaian mereka mengenai Pengaruh Pendapatan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah melalui Minat sebagai Variabel *Intervening* pada Nasabah.

Dan data sekunder merupakan data yang tidak langsung dikumpulkan oleh pihak yang berkepentingan dan biasanya data yang telah diterbitkan atau digunakan pihak lain melalui majalah, koran, buku, jurnal dan publikasi lainnya.⁵ Pada penelitian ini data sekunder digunakan yakni studi pustaka berupa buku perilaku konsumen, jurnal-jurnal berkaitan tentang perilaku konsumen, penelitian terdahulu ataupun website dan lain sebagainya berkaitan dengan masalah penelitian pendapatan, religiusitas, keputusan, dan minat.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh karakteristik yang menjadi objek penelitian dari karakteristik tersebut dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda menjadi pusat perhatian bagi peneliti.⁶ Atau objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁷ Populasi dari penelitian ini adalah tak terhingga karena setiap waktu akan terus berubah-ubah.

⁴ I'natut Thoifah, "Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif", hlm 38.

⁵ Ibid.

⁶ Ibid, hlm 14.

⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kombinasi (Mixed Method)", (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 119.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi secara keseluruhan yang menjadi pusat perhatian peneliti.⁸

a. Penentuan Ukuran Sampel

Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Jumlah sampel yang diharapkan 100% mewakili populasi adalah sama dengan jumlah anggota populasi itu sendiri. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi makin besar kesalahan generalisasi (diberlakukan umum).⁹

Penentuan jumlah sampel yang ditentukan penulis berdasarkan perhitungan dan semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian, tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10 meskipun tidak ada sampel yang sesuai adalah antara 100-200 sampel:¹⁰

Ukuran Sampel Minimum = Jumlah Indikator x 5
--

Ukuran Sampel Maksimum = Jumlah Indikator x 10
--

Maka ukuran sampel minimum $18 \times 5 = 90$ dan ukuran sampel maksimum $18 \times 10 = 180$. Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden/orang.

b. Penentuan Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kategori *Probability Sampling* dengan metode *Proportionate Stratified Random Sampling*¹¹ merupakan teknik pengambilan sampel secara acak jika anggota populasi heterogen (beragam) seperti memilih responden berdasarkan latar

⁸ I'anut Thoifah, "Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif", hlm 14.

⁹ Ibid, hlm 16

¹⁰ Evi Prasmawati, "Studi Tentang Nilai Pelanggan Positive Words Of Mouth Pada Pengguna Motor Yamaha Di Semarang, Semarang: Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, Tesis, .2010. (diterbitkan).

¹¹ Ibid, hlm 24.

pendidikan dan lain sebagainya, yaitu siapa saja yang secara kebetulan yang telah menjadi nasabah dan ber potensi menjadi nasabah. Hal ini berdasarkan keterangan dari latar belakang nasabah pada Bank Sampah Kota Prabumulih.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner kepada Nasabah Bank Sampah Kota Prabumulih tentang Pendapatan, Religiusitas, Keputusan serta Minat. Dengan menggunakan tingkat pengukuran skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau gejala sosial.¹² Dengan skala likert, maka variabel akan diukur dengan penjabaran indikator yang dimuat dalam kuesioner dengan pernyataan menggunakan skala likert (1-5) memiliki tingkat preferensi jawaban masing-masing dengan rincian sebagai berikut:

1. Sangat Setuju	SS	5
2. Setuju	S	4
3. Netral	N	3
4. Tidak Setuju	TS	2
5. Sangat Tidak Setuju	STS	1

E. Variabel-Variabel Penelitian

1. Variabel bebas (Independent)

Variabel bebas atau *independent* merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel lainnya.¹³ Atau *predictor antecedent* yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹⁴ Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu Pendapatan (X1) dan Religiusitas (X2).

¹² Ibid, hlm 40

¹³ Etta Mamang Sangadji, "Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian", hlm 292.

¹⁴ l'Anatut Thoifah, "Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif", hlm 165.

2. Variabel Terikat (Dependen)

Sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen yang berarti variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.¹⁵ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan (Y).

3. Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* (tidak bisa diamati) yaitu variabel yang mengintervensi pengaruh antara satu dengan variabel yang lain.¹⁶ Atau dapat diartikan sebagai variabel penyalu/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.¹⁷ Dan yang menjadi variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah Minat (Z).

F. Definisi Variabel Operasional

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
Pendapatan (X1)	Menurut Sukirno, Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu atau misal harian, mingguan,	1. Pendapatan Pribadi 2. Pendapatan Sampingan 3. Pendapatan lain-lain 4. Jumlah rata-rata penghasilan diperoleh dalam jangka waktu 1 tahun.	Likert

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Etta Mamang Sangadji, "Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian", hlm 293

¹⁷ I'Anatut Thoifah, "Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif", hlm 167.

	bulanan maupun tahunan. ¹⁸		
Religiusitas (X2)	Menurut Glook dan Rodney (1968) religiusitas berarti keadaan terdapat dalam diri seseorang yang mendorong berpikir, bersikap, berperilaku sesuai dengan ajaran agamanya. ¹⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensi Pendidikan 2. Pengalaman 3. Pemahaman 4. Konsekuensi 5. Kehidupan 	Likert
Keputusan (Y)	Menurut Boediono (2001) keputusan adalah suatu pengakhiran dari pada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan guna mengatasi masalah tersebut dengan pilihan pada suatu alternatif. ²⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran terhadap kebutuhan menabung 2. Aktif mencari informasi 3. Teliti dengan tawaran menabung 4. Kepuasan memiliki tabungan 5. Menjadi nasabah keputusan yang tepat. 	Likert
Minat (Z)	Menurut Djaali (2012) minat adalah rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menuruh. pada dasarnya penerimaan akan suatu hubungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesukaan 2. Ketertarikan 3. Perhatian 4. Keterlibatan 	Likert

¹⁸ Muhamad Aris Sulistyono, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi, dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah".

¹⁹ Maisur, dkk, "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan Religiusitas, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Banda Aceh", Jurnal Magister Akuntansi, Volume 4 No.2 , Pascasarjana Universitas Syiah Kuala (2015).

²⁰ Ibid.

	antara diri sendiri ataupun sesuatu diluar diri, semakin kuat hubungan tersebut semakin besar pula minatnya. ²¹		
--	--	--	--

Sumber dikumpulkan dari berbagai penelitian (2019)

G. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Sebuah kuesioner digunakan dalam penelitian harus valid. Arti valid disini yaitu mampu menunjukkan sampai sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (mampu menjadi alat ukur objek penelitian). Cara pengukurannya yaitu dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing item pernyataan pada kuesioner dengan skor total kuesioner. Jika nilai r hitung $>$ r tabel atau nilai sig $<$ 0,05 maka item pertanyaan tersebut dianggap valid.²²

2. Uji Realibilitas

Arti reliabel adalah mempunyai presisi yang tinggi dimana suatu alat ukur mampu menunjukkan sampai sejauh mana alat ukur tersebut dapat di percaya atau diandalkan. Cara pengukurannya adalah seluruh item pertanyaan yang telah valid dimasukkan dan diukur koefisien Alpha Cronbachnya. Jika nilai yang diperoleh lebih besar dari 0,6 maka kuesioner tersebut telah reliabel.²³

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap dependen secara serentak. Nilai R

²¹ Ratna Rizky Amalia, *Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Petani Desa Ringinharjo Kecamatan Bantul Kabupaten Bantul)*.

²² l'Anatut Thoifah, "Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif", hlm 111-112.

²³ Ibid, hlm 114.

berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungannya semakin kuat sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan semakin lemah.²⁴

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk membuktikan bahwa data yang dipergunakan berdistribusi normal. Hasil analisis kemudian dibandingkan dengan nilai kritisnya. Dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymp.Sig*), yaitu:

- Jika Probabilitas > 0.05 maka populasi berdistribusi normal.
- Jika Probabilitas < 0.05 maka populasi tidak berdistribusi normal.²⁵

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel indeoenden. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Untuk bebas dari masalah tersebut, nilai *tolerance* harus < 0.1 dan nilai VIF > 10 .²⁶

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara residual (anggota) pada serangkaian observasi tertentu dalam suatu periode tertentu. Terdapat metode yang digunakan menguji ada tidaknya gejala autokorelasi. Dengan metode Durbin Watson (DW-Test). Hipotesis yang akan diuji adalah:²⁷

H₀ : Tidak ada autokorelasi ($r=0$).

H_a: Ada auto korelasi ($r \neq 0$).

²⁴ Muhammadiyah dan Erdah Litriani. 2018, "*Pratikum Ekonometrika untuk Ekonomi dan Bisnis Aplikasi dengan SPSS*", Malang: Inteligencia Media, hlm 80.

²⁵ I'Anatut Thoifah, "*Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*", hlm 221.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid, hlm 222.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan dan kesalahan yang terjadi dalam memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel independen sehingga kesalahan tersebut tidak *random*.

Koefisien signifikansi harus dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan sebelumnya ($\alpha=5\%$). Apabila koefisien signifikansi lebih besar tingkat yang ditetapkan maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁸

2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode survei dan teknik analisis jalur. Variabel pada analisis jalur terdiri dari variabel eksogen dan endogen.²⁹ Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Dan Menurut Noor, analisis jalur adalah keterkaitan hubungan/pengaruh antara variabel bebas, variabel intervening dan variabel terikat dimana peneliti mendefinisikan secara jelas bahwa suatu variabel akan menjadi penyebab variabel lainnya yang biasa disajikan dalam bentuk diagram.³⁰

Manurung menjelaskan bahwa langkah-langkah dalam analisis jalur dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:³¹

Tahap I

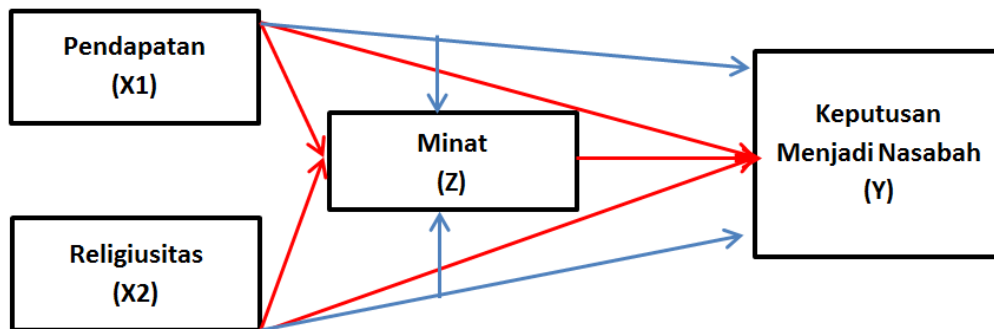
Menentukan diagram jalurnya berdasarkan paradigma hubungan variabel sebagai berikut:

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid, hlm 198.

³⁰ Noor, Juliansyah, "*Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertai dan Karya Ilmiah*". (Jakarta: Kencana Prenada Media group, 2011), hlm 265.

³¹ Ratlan manurung, "*Analisis Jalur Path Analysis, Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*", (Jakarta: Rineka Citra, 2014), hlm 2.



Gambar 3.1 Tahap I Diagram Jalur Pengaruh Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Melalui Minat Sebagai Variabel Intervening

Tahap II

Menentukan persamaan struktural sebagai berikut:

$$Z \text{ (MINAT)} = \beta \text{Pendapatan} + \beta \text{Religiusitas} + e1$$

(Persamaan Struktural 1)

$$Y \text{ (KEPUTUSAN)} = \beta \text{Pendapatan} + \beta \text{Religiusitas} + \beta \text{Minat} + e1$$

(Persamaan Struktural 2)

Tahap III

Dengan analisis menggunakan alat SPSS berikut langkah-langkahnya. Analisis ini terdiri dari dua langkah, yaitu analisis untuk substruktural 1 dan substruktural 2.

a. Analisis Substruktural I

$$Z \text{ (MINAT)} = \beta \text{Pendapatan} + \beta \text{Religiusitas} + e1$$

Tahap Menghitung Persamaan Regresi, implementasi hasil perhitungan SPSS berdasarkan nilai analisis regresi dan menentukan persamaan struktural berdasarkan diagram jalur yang ditentukan. Pada bagian ini analisis dibagi menjadi dua. Pertama mengetahui pengaruh secara simultan dan kedua mengetahui pengaruh secara parsial.

1) Mengetahui Pengaruh Pendapatan Dan Religiusitas Secara Simultan Terhadap Minat.

Untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan religiusitas terhadap minat secara simultan adalah dari hasil perhitungan dalam model

summary, khususnya angka *R square* yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh pendapatan dan religiusitas terhadap minat dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD) menggunakan rumus : $KD = r^2 \times 100\%$

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan angka F. Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara:

- Membandingkan besarnya angka F-hitung dengan F-tabel.
 - a. Menghitung F-hitung.
 - b. Menghitung F-tabel dengan ketentuan sebagai berikut: taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (dk) dengan ketentuan numerator (jumlah variabel-1) dan denominator (jumlah kasus-4).
 - c. Menentukan kriteria uji hipotesis sebagai berikut:
 - 1) Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - 2) Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - d. Mengambil keputusan.
- Membandingkan angka taraf signifikansi (sig.) dengan signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05.
 - a. Jika sig. penelitian $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Jika sig. penelitian $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Mengetahui Pengaruh Pendapatan Dan Religiusitas Secara Parsial Terhadap Minat.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh pendapatan dan religiusitas terhadap minat digunakan uji t. Untuk mengetahui besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standardized coefficient*. Langkah-langkah analisis dapat dilakukan dengan cara:

- Menentukan hipotesis.

- Mengetahui besarnya angka t-hitung
- Menghitung besarnya angka t-tabel dengan ketentuan taraf signifikansi 0,05 dan $dk = (n-2)$.
- Menentukan kriteria uji hipotesis.
- Membandingkan angka taraf signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05, kriterianya sebagai berikut:
 - a. Jika sig. penelitian $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Jika sig. penelitian $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Membuat keputusan.

b. Analisis Substruktural II

$$Y (\text{KEPUTUSAN}) = \beta \text{Pendapatan} + \beta \text{Religiusitas} + \beta \text{Minat} + e_1$$

Tahap Menghitung Persamaan Regresi, implementasi hasil perhitungan SPSS berdasarkan nilai analisis regresi dan menentukan persamaan struktural berdasarkan diagram jalur yang ditentukan. Pada bagian ini analisis dibagi menjadi dua. Pertama mengetahui pengaruh secara simultan dan kedua mengetahui pengaruh secara parsial.

1) Mengetahui Pengaruh Pendapatan, Religiusitas Dan Minat Secara Simultan Terhadap Keputusan.

Untuk mengetahui pengaruh pendapatan, religiusitas dan minat terhadap keputusan secara simultan adalah dari hasil perhitungan dalam model *summary*, khususnya angka *R square* yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh pendapatan, religiusitas dan minat terhadap keputusan dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD) menggunakan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan angka F. Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara:

- Membandingkan besarnya angka F-hitung dengan F-tabel.
 - a. Menghitung F-hitung.
 - b. Menghitung F-tabel dengan ketentuan: taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (dk) dengan ketentuan numerator (jumlah variabel-1) dan denominator (jumlah kasus-4).
 - c. Menentukan kriteria uji hipotesis sebagai berikut:
 - 1) Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - 2) Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - d. Membuat Keputusan.
- Membandingkan angka taraf signifikansi (sig.) dengan signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05.
 - a. Jika sig. penelitian $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Jika sig. penelitian $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Mengetahui Pengaruh Pendapatan, Religiusitas Dan Minat Secara Parsial Terhadap Keputusan.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh pendapatan, religiusitas dan minat terhadap keputusan digunakan uji t. Untuk mengetahui besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standarized coeficient*. Langkah-langkah analisis dapat dilakukan dengan cara:

- Menentukan hipotesis.
- Mengetahui besarnya angka t-hitung.
- Menghitung besarnya angka t-tabel dengan ketentuan taraf signifikansi 0,05 dan $dk = (n-2)$.
- Menentukan kriteria uji hipotesis.

- Membandingkan angka taraf signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05, kriterianya sebagai berikut:
 - a. Jika sig. penelitian $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Jika sig. penelitian $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Membuat Keputusan.

3. Prosedur Analisis Variabel Mediasi Atau Intervening Menurut Baron Dan Kenny

Analisis variabel mediasi yang lebih dikenal dengan strategy causal step, memiliki tiga persamaan regresi yang harus diestimasi, yaitu:³²

Persamaan regresi sederhana variabel mediator (Z) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel mediator, jadi koefisien $a \neq 0$.

- a. Persamaan regresi sederhana variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen harus signifikan mempengaruhi variabel, jadi koefisien $c \neq 0$.
- b. Persamaan regresi berganda variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) dan mediator (Z) yang diharapkan variabel mediator signifikan mempengaruhi variabel dependen, jadi koefisien $b \neq 0$. Mediasi terjadi jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lebih rendah pada persamaan ketiga (c') dibandingkan pada persamaan kedua (c).

Sebenarnya koefisien a dan b yang signifikan sudah cukup untuk menunjukkan adanya mediasi, meskipun c tidak signifikan. Sehingga tahap esensial dalam pengujian emosional adalah step 1 dan step 3. Jadi (1) variabel independen mempengaruhi mediator dan (2) mediator

³² Baron, R. M and Kenny, D. A. "The Moderator-Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual Strategic and Statistical Considerations." *Journal of Personality and Social Psychologi*. Vol. 51, No. 6, 1173-1182. Americal Pshcological Association, Inc. 1986.

mempengaruhi dependen meskipun independen tidak mempengaruhi dependen. Bila step 1 dan step 3 terpenuhi dan koefisien c tidak signifikan ($c = 0$) maka terjadi *perfect* atau *complete* atau *full mediation*. Bila koefisien c' berkurang namun tetap signifikan ($c' \neq 0$) maka dinyatakan terjadi partial mediation.³³

Terdapat tiga konsep analisis yang melibatkan variabel mediator, yaitu sebagai berikut:

- a. *Perfect* atau *Complete* atau *Full Mediation*, artinya variabel independen tidak mampu mempengaruhi secara signifikan variabel dependen tanpa melalui variabel mediator.
- b. *Partial Mediation*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen maupun tidak langsung dengan melibatkan variabel mediator.
- c. *Unmediated*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen tanpa melibatkan variabel mediator.

Dan prosedur analisis variabel mediator secara sederhana melalui analisis regresi. Kita dapat melakukan analisis regresi sebanyak empat kali.³⁴

X memprediksi Y, analisis regresi ini akan menghasilkan nilai estimator prediktor (di SPSS simbolnya juga B). Kita namakan nilai ini dengan rumus jalur-c. Jalur ini nilainya diharapkan signifikan ($P < \alpha = 0,05$).

- a. X memprediksi Z, analisis ini akan menghasilkan nilai estimator prediktor (di SPSS simbolnya juga B). Kita namakan nilai ini

³³ Preacher, K. J., Rucker, D. D and Hayes, A. F. " *Addressing Moderated Mediation Hypothesis: Theory, Methods and Prescriptions*". (Multivariate Behavioral Research, 42(1), 185-227. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 2007).

³⁴ Baron dan Kenny, . " *The Moderator-Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual Strategic and Statistical Considerations*." Journal of Personality and Social Psychologi. Vol. 51, No. 6, 1173-1182. Americal Pshcological Association, Inc. 1986.

dengan rumus jalur-a. Jalur ini nilainya diharapkan juga signifikan ($P < \alpha = 0,05$).

- b. Z memprediksi Y (mengestimasi DV dengan mengendalikan IV). Sekarang kita menganalisis efek Z dan X terhadap Y. Masukkan X dan Z sebagai prediktor terhadap Y. Analisis regresi ini akan menghasilkan dua nilai estimasi prediktor dari Z dan X. Prediksi nilai Z terhadap Y kita namakan jalur-b, sedangkan prediksi nilai X terhadap Y kita namakan jalur-c'. Jalur b nilainya diharapkan signifikan, sedangkan jalur-c' nilainya diharapkan tidak signifikan.

Jadi empat tahapan dalam prosedur analisisnya, yaitu sebagai berikut:

1. Mengestimasi jalur-c : meregres Y dengan X sebagai prediktor.
2. Mengestimasi jalur-a : meregres Z dengan X sebagai prediktor.
3. Mengestimasi jalur-b : meregres Y dengan Z sebagai prediktor.
4. Mengestimasi jalur-c' : meregres Y dengan X dan Z sebagai prediktor, sebuah variabel dapat dikatakan menjadi mediator jika hasilnya: Menurut Baron dan Kenny ³⁵, sebuah variabel dapat dikatakan menjadi mediator jika hasilnya:
 - a. Jalur-c : signifikan.
 - b. Jalur-a : signifikan.
 - c. Jalur-b : signifikan.
 - d. Jalur-c' : signifikan.

Selain itu pengujian variabel mediator dapat dilakukan dengan menggunakan teknik *bootstrapping*. *Bootstrapping* adalah pendekatan non parametrik yang tidak mengasumsikan bentuk distribusi variabel dan dapat diaplikasikan pada jumlah sampel kecil. Preacher dan Hayes (2007)³⁶ telah mengembangkan uji sobel dan *bootstrapping* dalam

³⁵ Ibid

³⁶ Preacher dan Hayes, Preacher, K. J., Rucker, D. D and Hayes, A. F. " *Addressing Moderated Mediation Hypothesis: Theory, Methods and Prescriptions*". (Multivariate Behavioral Research, 42(1), 185-227. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 2007).

bentuk *script* SPSS sengan ketentuan nilai $z\text{-value} > 1,96$ atau $p\text{-value} < \alpha = 0,05$. Pengujian uji sobel dapat dilakukan dengan empat tahap yaitu:

- a. Melihat koefisien antara variabel independen dan mediator (koefisien A).
- b. Melihat koefisien antara variabel mediator dan dependen (koefisien B).
- c. Melihat standar eror dari A.
- d. Melihat standar eror dari B.

4. Perhitungan Pengaruh

- a. Pengaruh Langsung (*Direct Effect* atau DE).
 - Pengaruh variabel Pendapatan terhadap Minat $X1 \rightarrow Z$.
 - Pengaruh variabel Religiusitas terhadap Minat $X2 \rightarrow Z$.
 - Pengaruh variabel Minat terhadap Keputusan $Z \rightarrow Y$.
 - Pengaruh variabel Pendapatan terhadap Keputusan $X1 \rightarrow Y$.
 - Pengaruh variabel Religiusitas terhadap Minat $X2 \rightarrow Y$.
- b. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect* atau IE).
 - Pengaruh variabel Pendapatan terhadap Keputusan melalui Minat $X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$.
 - Pengaruh variabel Religiusitas terhadap Keputusan melalui Minat $X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$.
- c. Pengaruh Total (*Total Effect*).
 - Pengaruh variabel Pendapatan terhadap Keputusan melalui Minat $X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$.
 - Pengaruh variabel Religiusitas terhadap Keputusan melalui Miant $X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$.